

шення інших витрат на 46 тис. грн. У 2021 році порівняно з 2020 роком на підприємстві спостерігається зменшення прибутку до оподаткування та чистого прибутку на 62 тис. грн. та 49 тис. грн. відповідно.

Таким чином, за підсумками аналізу встановлено, що ефективність використання активів підприємства знижується, що обумовлено зниженням чистого прибутку підприємства, водночас ефективність основної діяльності зростає, про що свідчить зростання рентабельності продажів.

DOI: 10.51587/9798-9866-95945-2023-012-75-82

ЧЕРЕП Олександр Григорович

д-р екон. наук, професор,
Запорізький національний університет
ORCID ID: 0000-0002-3098-0105

СТОЛЯР Павло Євгенович

аспірант,
Запорізький національний університет

ЗАКАЧУРІНА Аліна Олександрівна

студентка,
Запорізький національний університет
Україна

СОЦІАЛЬНО- ВІДПОВІДАЛЬНИЙ БІЗНЕС ЗАДЛЯ ГАРМОНІЇ СУСПІЛЬСТВА ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Вважаємо, що корпоративна соціальна відповідальність стає обов'язковою для компаній, оскільки сучасні тенденції розвитку соціальної свідомості вимагають відповідних змін у стратегіях компаній.

Споживачі все більше усвідомлюють такі проблеми, як забруднення планети, нерівність у доходах, охорона здоров'я, несправедливі трудові практики та гендерна нерівність¹. Наприклад, все більш актуальною стає тема про те, що компанії повинні робити цей світ кращим. Щоб не лише отримати прибуток собі, а й допомогти суспільству вирішити важливі соціальні проблеми.

¹ Євтушенко В. А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, суб'єкти, показники. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2013. № 46 (1019). С. 53-63.

Корпоративну соціальну відповідальність слід розглядати як філософсько-соціологічну категорію, що відображає об'єктивно необхідні відносини між людиною та суспільством, засновані на взаємних зобов'язаннях, які матеріалізуються у свідомій та добровільній поведінці та діях².

Цікаво, що понад 90% співробітників кажуть, що компанії повинні існувати не для отримання прибутку, а для інших цілей³. Ще 88% вважають, що компанії мають більше.

Вважаємо, що корпоративна соціальна відповідальність стає обов'язковою для компаній, оскільки сучасні тенденції розвитку соціальної свідомості вимагають відповідних змін у стратегіях компаній.

Наприклад, все більш актуальною стає тема про те, що компанії повинні робити цей світ кращим. Щоб не лише отримати прибуток собі, а й допомогти суспільству вирішити важливі соціальні проблеми.

Корпоративну соціальну відповідальність слід розглядати як філософсько-соціологічну категорію, що відображає об'єктивно необхідні відносини між людиною та суспільством, засновані на взаємних зобов'язаннях, які матеріалізуються у свідомій та добровільній поведінці та діях.

Етична відповідальність поширюється на благополуччя працівників, забезпечуючи чесну практику роботи як для персоналу своїх постачальників, так і для працівників⁴.

Бути етично відповідальним означає гарантувати, що компанія веде свій бізнес із сумлінністю в усьому світі, включаючи ставлення до всіх співробітників, зацікавлених сторін і клієнтів етичним і шанобливим чином.

Хорошим прикладом є компанія Google, співробітники якої дуже задоволені своєю роботою, оскільки їм добре платять⁵. Робоче середовище в Google підтримує і компанія піклується про благополуччя своїх співробітників.

Google пропонує безкоштовне харчування на роботі, і співробітники заощаджують значну частину своєї зарплати. Google пропонує своїм співробітникам безкоштовний доступ до кави, мікрокухні та інших варіантів для сніданку, обіду, вечері тощо.

2 Баюра Д. О. Створення системи управління бізнесом на засадах соціальної відповідальності. // *Теоретична та прикладна економіка*. КНУ ім. Тарас Шевченко. Серія «Економіка». 2013. № 10. С. 18-22.

3 Бобко Л. О., Мазяр А. В. Проблеми корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Ефективна економіка*. 2019. № 5. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1∓z=7043>.

4 Євтушенко В. А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, суб'єкти, показники. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2013. № 46 (1019). С. 53-63.

5 Затещиков О. О. Аналіз підходів до оцінки корпоративної соціальної відповідальності. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2014. № 2 (53). С. 189-194.

Залежно від розміру та галузі діяльності компанії екологічна відповідальність може приймати різні форми⁶.

Для деяких компаній це означає використання альтернативних джерел енергії та екологічно чистих матеріалів, для інших це означає реалізацію загальнокомпанійної програми переробки або пожертвування та волонтерство для місцевих екологічних організацій.

Філантропічна відповідальність означає служіння людству.

Цей критерій підкреслює благополуччя знедолених або нужденних людей, які відчайдушно потребують нашої підтримки, щоб існувати на цій планеті.

Компанії виконують свої філантропічні обов'язки, жертвуючи свій час, гроші чи ресурси благодійним та національним та міжнародним організаціям. Жоден бізнес-магнат не був більш благодійним, ніж Білл Гейтс, який пожертвував мільярди доларів Фонду Білла та Мелінди Гейтс, який підтримує багато цілей, зокрема освіту, викорінення малярії та розвиток сільського господарства⁷.

Економічна відповідальність є спорідненою сферою, яка прагне знайти баланс між бізнесом, навколишнім середовищем і філантропією. Економічна відповідальність відповідає встановленим етичним і моральним нормам. У цьому контексті компанії прагнуть знайти рішення, яке може полегшити їх діяльність і забезпечити прибуток, приносячи користь спільноті та нашому суспільству.

Це може означати, наприклад, що компанія підписує договір з постачальником, який використовує екологічно чисті матеріали, навіть якщо вони дорожчі.

Іншим прикладом економічної відповідальності є прихильність компанії до прозорої системи оплати праці, яка справедливо компенсує всім працівникам гендерну та расову різницю в оплаті праці.

Усі фактори, що впливають на формування та розвиток корпоративної соціальної відповідальності, можна розділити на дві групи: фактори дії та фактори підтримки⁸.

6 Баюра Д. О. Оцінка рівня корпоративної соціальної відповідальності. // *Теоретична та прикладна економіка*. К: Київський ун-т ім. 2009. № 18. С. 259–264.

7 Амоша О. І., Новікова О. М. Соціальна відповідальність у контексті розвитку людського потенціалу. // *Держава і суспільство*. 2011. С. 122–127. URL : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/pubupr/2011- / doc / 3 / 01.pdf

8 Євтушенко В. А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, суб'єкти, показники. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2013. № 46 (1019). С. 53-63.

До першої групи факторів відносяться: податкова система та системи державного управління; державні дотації, субсидії, премії тощо; створення спеціальних фондів, накопичень тощо; волонтерство та приватна ініціатива; інші фактори.

Сукупність факторів діяльності впливає через систему оподаткування, побудову систем державного управління на національному та місцевому рівнях, через державні виплати, субсидії, використання спеціальних соціальних фондів, волонтерство тощо.

Усі чинники активно впливають на кількість соціально відповідальних компаній та на суму, яку вони витрачають на соціальні ініціативи та зміни⁹.

Першим кроком у реалізації процесу фінансово-економічного забезпечення соціальної відповідальності має стати пошук джерел інвестицій у реалізацію різноманітних соціальних проектів на підприємстві.

У свою чергу механізми інвестування повинні бути спрямовані на розробку та впровадження інновацій, зокрема, наприклад, перехід на використання ресурсозберігаючих технологій дозволить знизити витрати підприємства та призведе до економії ресурсів.

Зовнішня складова корпоративної соціальної відповідальності є джерелом найбільшої кількості суперечок щодо формування бізнес-відносин на основі корпоративної соціальної відповідальності. Деякі експерти вважають, що діяльність компанії у сфері зовнішньої соціальної відповідальності загалом не регулюється чинним законодавством, а базується на традиціях, що існують у країні.

Зовнішня корпоративна соціальна відповідальність може включати такі речі, як: сприяння захисту навколишнього середовища (визнання та впровадження екологічних принципів організацією у свою діяльність; готовність брати участь у кризових ситуаціях (допомога постраждалим; від стихійного лиха – забезпечення теплими речами, можливість контакту з близькими, забезпечення автомобільним транспортом, надання матеріальної допомоги шляхом перерахування коштів до спеціального фонду тощо); корпоративне спонсорство та благодійність (всі експерти відзначають, що благодійність є одним із елементів соціальної відповідальності бізнесу); взаємодія з територіальною громадою та органами місцевого самоврядування; відповідальність перед споживачами товарів і послуг (виробництво якісних

9 Cherep A. V., Cherep O. G., Oleinikova L. G., Krylov D. V. Theoretical and methodical basics of investment as a small and midsize business's development tool: *monograph*. London: Autor House. 2020. 296 p.

товарів, розумні та доступні ціни, якість послуг); охорона праці працівників; надавати інформацію про загрози, пов'язані з діяльністю товариства; допомога у разі катастроф і стихійного лиха; встановлення та дотримання вищих, ніж передбачено законодавством, стандартів діяльності¹⁰.

Корпоративна соціальна відповідальність проявляється через оподаткування, допомогу цим людям, зокрема через некомерційні об'єднання. З боку суспільства – ми підтримуємо цих людей. З боку держави – у наданні мінімальних державних гарантій (допомог, пенсій, допомог тощо)¹¹.

Відповідальність перед особою як:

1. Споживач продукції, що виготовляється на даному підприємстві.

Корпоративна соціальна відповідальність проявляється у виробництві якісної продукції та надійній рекламі.

2. Харчування з природи. Корпоративна соціальна відповідальність проявляється у дбайливому ставленні до природних ресурсів, їх раціональному використанні із застосуванням сучасних технологій; в екологічно чистому виробництві; за наявності сучасних очисних споруд; здійснення природоохоронних заходів.

3. Споживач культури. Корпоративна соціальна відповідальність проявляється у вигляді допомоги у збереженні культурних цінностей, організації культурних заходів (меценатство), допомоги культурним організаціям, через оподаткування тощо, а також у передачі відповідних традицій молодому поколінню.

Соціально відповідальне інвестування є важливою частиною соціально-відповідального бізнесу. Основною ідеєю є можливість груп громадян впливати на політику та діяльність компанії через ринкові механізми. Утримання від купівлі чи продажу акцій певних компаній, політика яких є неприйнятною для окремого акціонера, може не вплинути суттєво на акціонера. Але багато акціонерів, діючи разом, роблять великий вплив. Це можна порівняти з голосуванням на національних виборах – хоча один голос не має значення, сума голосів кожного громадянина має велике значення. Сьогодні соціально відповідальне інвестування – складний процес. Соціально відповідальне інвестування може дотримуватися однієї

10 Затещиков О. О. Аналіз підходів до оцінки корпоративної соціальної відповідальності. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2014. № 2 (53). С. 189-194.

11 Cherep Alla, Voronkova Valentyna, Cherep Oleksandr. Tolerance in the discourse practices of european society and business. *Humanities studies: Collection of Scientific Papers* / Ed.V. Voronkova. Zaporozhzhia: Publishing house «Helvetica», 2022. 12 (89). P. 160–173

з трьох загальних стратегій: сканування є основою роботи індивідуальних касових апаратів соціальні інвестиції. Такі компанії, як Miller, IBM, Timberland і Starbucks, очолюють список соціально відповідальних компаній, які впроваджують негативні чи позитивні фільтри у своїй щоденній діяльності; соціальна пропаганда.

До його складу входять понад 60 інвестиційних організацій та інвестиційних фондів, зацікавлених у вирішенні проблеми зміни клімату; соціальні інвестиції - зосереджені на інвестиціях у некомерційні організації, кооперативи, малі підприємства, школи, лікарні, громадські центри та доступне житло.

Головною метою цих інвестицій є зміцнення та посилення місцевих громад.

Соціальне підприємництво – це застосування основних принципів ведення бізнесу та підприємництва до соціальних проблем. Одним із найвідоміших соціальних підприємців є професор Мохаммед Юнус, засновник індустрії мікрокредитування.

У 1972 році він позичив 27 мільйонів доларів 42 сім'ям у сільській місцевості Бангладеш, щоб кожна з них могла відкрити власний бізнес і заробити гроші. Потім ці кредити були повністю погашені.

Соціальні фонди венчурного капіталу. Вони не лише надають стартовий капітал для проектів соціального підприємництва, а й надають великого значення всьому процесу навчання майбутніх соціальних підприємців. Прикладом є компанія Ashoka, заснована Біллом Дрейтоном. Дрейтон заснував Ashoka в 1980 році з початковими інвестиціями в 50 000 доларів. Сьогодні річний бюджет компанії перевищує 30 мільйонів доларів¹².

Відповідальний маркетинг є важливим елементом корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) перед споживачами, громадами та суспільством у цілому.

Концепція відповідального маркетингу народилася в третій чверті 20 століття. Здебільшого принципи відповідального маркетингу більш активно впроваджуються на ринку з сильною конкуренцією та відносно рівною маркетинговою діяльністю різних компаній. Таким чином, конкурентну перевагу отримує та компанія, пропозиція якої найбільше відповідає потребам споживача, враховує та задовольняє його інтереси. Відповідальний марке-

12 Кусик Н. Л., Ковалевська А. В.. Методичний підхід до оцінки ефективності діяльності у сфері корпоративної соціальної відповідальності. *Проблеми економіки*. 2012. № 3. С. 137–141.

тинг – це цілісна діяльність, спрямована на задоволення потреб цільового ринку з урахуванням соціальних та етичних потреб усього суспільства.

Його метою є збереження людських, матеріальних, енергетичних та інших ресурсів, охорона навколишнього середовища. Керівники великих компаній і міжнародних корпорацій розуміють, що сьогодні недостатньо просто керувати ланцюгом поставок, зводячи цей процес лише до підвищення організаційної та фінансової ефективності всього процесу.

Більшість із цих компаній наразі активно застосовують концепцію корпоративної соціальної відповідальності, яка має знаходити пряме відображення у виробничій діяльності компаній. Тому керівники зосереджують свою увагу на питаннях відповідального підходу до процесу управління ланцюгом поставок (з використанням концепції VULP), що запобігає руйнуванню конкурентних позицій підприємства та сприяє зростанню конкурентоспроможності підприємства не лише на внутрішньому ринку, а й на внутрішньому ринку, а й у системі міжнародних економічних відносин.

EHС – це комплексний процес управління, спрямований на зменшення негативного впливу виробничого процесу на навколишнє середовище, сприяння повазі до прав та умов праці персоналу, а також спрямований на підтримку та покращення якості продукції відповідно до міжнародних стандартів¹³.

Серед основних причин, що призвели до виділення цієї концепції менеджменту в окрему функціональну сферу корпоративної діяльності – зростання інтересу ділового світу до впровадження «зеленого бізнесу» та основ корпоративної соціальної відповідальності (КСВ).

Сутність екологічної відповідальності виражається через три основні функції: стимулюючу, компенсаційну та превентивну і полягає в підтримці стійкого балансу економічних і екологічних інтересів у процесі господарської діяльності на основі попередження, зменшення та відшкодування екологічних втрат.

Проявом стимулюючої функції є наявність економічних і правових стимулів охорони навколишнього середовища. Компенсаційна функція

13 Євтушенко В. А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, суб'єкти, показники. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2013. № 46 (1019). С. 53-63; Череп О. Г., Гельман В. М., Лосева Е. С. Використання інструментів підвищення ефективності використання персоналу на засадах ефективної системи стимулювання з метою підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства. *Prospective directions of sciences and practical activity/ Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services*. 2023. P.72-79.

екологічної відповідальності полягає у відшкодуванні шкоди, завданої навколишньому середовищу, у грошовій чи натуральній формі. Профілактична функція реалізується у формі примусових заходів впливу на поведінку учасників екологічних відносин шляхом застосування санкцій та відшкодування збитків.

До найбільш позитивних дій, які поширюють принципи корпоративної соціальної відповідальності в українському суспільстві, можна віднести:

- створення умов, що сприяють формуванню економічного інтересу відповідно до принципів соціальної відповідальності, коригування правової бази;
- зміна ставлення підприємців до соціально значущої діяльності як складової ефективного ведення бізнесу ¹⁴.

Надумкувчених спеціалістів, дотримання правових норм (або юридична відповідальність) є основою або мінімумом соціальної відповідальності організації: сплата податків, працевлаштування, дотримання прав людини на робочому місці (дотримання права на свободу об'єднань і колективів), конвенцій, заборона дитячої та примусової праці, заборона дискримінації на робочому місці), захист прав споживачів, безпека виробництва тощо.

Через управління організацією інші ключові аспекти соціальної відповідальності інтегруються в діяльність організації, на яку вона спрямована.

Рекомендації щодо соціальної відповідальності (ISO 26000) охоплюють права людини, практику роботи, навколишнє середовище (або екологічні проблеми), хорошу ділову поведінку, проблеми споживачів та соціально-економічний розвиток суспільства.

Стратегія корпоративної соціальної відповідальності має бути логічним продовженням місії, цінностей і принципів організації.

Соціальна відповідальність має бути інтегрована в системи прийняття рішень, політику, процеси та практику з огляду на соціальний та екологічний вплив цих рішень.

Як бачимо, на сьогодні немає єдиного трактування терміну «соціальна відповідальність бізнесу». Проте, як показують дослідження, можна помітити, що соціальна відповідальність стала важливою умовою функціонування сучасних підприємств і суттєво впливає на їх розвиток та організацію виробничо-господарської діяльності.

¹⁴ Бандарук Т. Г., Бандарук І. С. Економічна сутність організаційно-економічного механізму корпоративної соціальної відповідальності. *Науковий Вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту*: зб. наук. пр. 2020. № 1–2. С. 57–64. DOI: 10.31767 / nasoa.1-2.2020.06.

Здійснення соціально відповідальної діяльності сприятиме стабільному розвитку сучасних підприємств та реалізації концепції сталого розвитку, що дасть змогу збалансувати вектори економічного, соціального та екологічного розвитку та досягти їх органічного зв'язку в діяльності компанії. .

Велику увагу слід приділяти розвитку співробітників. Дослідження показали, що співробітники соціально відповідальних компаній більш мотивовані, що сприяє кращим фінансовим результатам і вищій продуктивності.

Корпоративна соціальна відповідальність формується рядом факторів, а саме операційними факторами та факторами постачання. Врахування цих факторів компаніями у своїй діяльності сприятиме збільшенню обсягів соціальних інвестицій, покращенню іміджу компаній та підвищенню їх привабливості як гравців у бізнес-середовищі.

DOI: 10.51587/9798-9866-95945-2023-012-82-90

Mariia BONDARCHUK

Doctor of Economic Sciences, Professor at the Department of finance
Lviv Polytechnic National University, Ukraine
ORCID ID: 0000-0002-4624-0734

Khrystyna DZHURYK

Lviv Polytechnic National University, Ukraine
PhD, Department of Finance
ORCID ID: 0000-0002-7100-8128

Vasyl KASHCHYSHYN

Lviv Polytechnic National University, Lviv, Ukraine
PhD, Department of Finance
ORCID ID: 0000-0003-3635-0136

FEATURES OF FINANCING OF TERRITORIAL COMMUNITIES

An important role in the activity of the territorial community is played by the financial block. This block may include various types of financial and credit institutions: banks, insurance companies, pension funds, investment institutions (investment funds and investment companies), credit unions, factoring and leasing companies, construction financing funds. However, for all of them, the